



**Resume Penerimaan Pemirsa Mengenai
Tayangan Sinetron Religi Rahasia Illahi dan Para Pencari Tuhan**

Penyusun

Nama : Brahmantyo Yogisworo

NIM : D2C005142

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2010

I. Latar Belakang

Sinetron religi merupakan sebuah genre baru pada tayangan televisi. Hadirnya sinetron religi di Indonesia bermula dari seorang Didi Ardiansyah, yang pada saat itu bekerja pada sebuah rumah produksi memiliki keinginan untuk memunculkan sebuah tayangan sinetron televisi yang dapat memberikan hikmah dan pembelajaran bagi penontonnya. Ide Didi tersebut kemudian diproduksi oleh rumah produksi Kusuma Esa Permata Media bekerjasama dengan majalah Hidayah dengan memberikan visualisasi terhadap kisah-kisah yang terdapat dalam majalah Hidayah yang kemudian dikemas menjadi sebuah sinetron *Rahasia Illahi* (Bintang Indonesia, 15 November 2005).

Sinetron *Rahasia Illahi* pada awalnya hanya tayang pada Bulan Ramadhan. Tetapi kemudian, sinetron tersebut dilanjutkan menjadi program serial mingguan pada hari-hari biasa dengan alasan tayangannya yang cukup berhasil. Ternyata Sinetron *Rahasia Illahi* berhasil menarik banyak penonton dan menggeser tayangan sinetron lainnya (Khudori, Alfian, dan Ajeng Ritzki Pitakasari, Televisi, *Gatra* Nomor 31, Senin, 13 Juni 2005). Kesuksesan sinetron religi *Rahasia Illahi* yang ditayangkan oleh stasiun televisi TPI, dapat dilihat dari rating yang diraihinya. Berdasarkan survei AC Nielsen, Sinetron *Rahasia Illahi* berhasil meraih rating 14,2 dengan share 40%, yang artinya pada jam tersebut 40% penonton televisi menonton *Rahasia Illahi* (SUARA MERDEKA, 22 Februari 2005). Kesuksesan sinetron religi *Rahasia Illahi* kemudian diikuti oleh stasiun swasta nasional lainnya untuk menyajikan sinetron dengan jenis yang sama. Hampir di setiap stasiun televisi terdapat program sinetron religi, seperti SCTV menyajikan sinetron *Astaghfirullah* dan *Kuasa Illahi*, Lativi (sekarang TV One) menyajikan *Azab Illahi* dan *Pada-Mu Ya Rabb*, Indosiar menayangkan sinetron *Titipan Illahi*, Trans TV dengan sinetron *Taubat*, dan kemudian RCTI menyajikan *Maha Kasih*.

1.1 Gambaran umum sinetron *Rahasia Illahi*

Dalam tayangan Sinetron *Rahasia Illahi* menceritakan kisah-kisah dari orang yang berperilaku buruk yang kemudian pada akhirnya mendapat azab karena perilakunya itu sendiri. Sebelum tayangan sinetron berakhir, terdapat seorang ustadz yang berceramah dan memberikan kesimpulan dari apa yang telah dikisahkan sebagai penutup sinetron.

Kemunculan tayangan Sinetron Rahasia Illahi seperti itu, ternyata dipandang oleh sebagian masyarakat sebagai suatu hal yang merusak citra agama. Seperti yang dikatakan oleh Abd. Moqsiith Ghazali, sinetron tersebut telah terjebak dalam tindak pendangkalan terhadap ajaran Agama Islam karena menjadikan Agama Islam sebagai agama yang penuh aura magis dan agama yang tidak rasional (<http://islamlib.com/id/artikel/sinetron-religius/>).

Hal yang hampir sama dikatakan oleh Tarmizi Taher, rektor Universitas Islam Azzahra dan mantan Menteri Agama. Beliau sangat menyayangkan adanya sinetron religius yang berbalut mistis (<http://teguhtimur.com/2006/03/17/dakwah-harus-menebar-kedamaian/>), karena dikatakan tidak sesuai dengan ajaran-ajaran Agama Islam.

Berdasarkan Undang-undang tentang penyiaran, tayangan seperti Sinetron Rahasia Illahi tidak sesuai dengan pasal 48 ayat 2 (Heru effendy, 2008:116) mengenai pedoman perilaku penyiaran, dijelaskan bahwa pedoman perilaku penyiaran bersumber pada nilai-nilai agama, moral dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pada Undang-undang tentang penyiaran pasal 48 ayat 4 juga disebutkan bahwa standar isi siaran berkaitan dengan rasa hormat terhadap pandangan keagamaan. Tantowi Yahya, penulis skrip naskah Film Ketika Cinta Bertasbih (KCB) mengatakan bahwa yang terjadi sekarang ini, pada sebagian sinetron religi malah merusak citra Islam di kalangan masyarakat.

(http://www.beritajatim.com/detailnews.php/2/Gaya_Hidup/2009-05-30/35857/Film_Religi_Rusak_Citra_Islam).

1.2 Gambaran umum sinetron Para Pencari Tuhan

Pada 13 September 2007, muncul sebuah sinetron religi Para Pencari Tuhan yang disutradarai oleh Deddy Mizwar dengan rumah produksi PT. Demi Gisela Citra Sinema, yang hingga tahun 2009 telah mencapai jilid 3. Sinetron religius yang ditulis oleh Wahyu HS ini dibalut dengan humor atau komedi, tetapi syarat akan makna religius di dalamnya. Deddy Mizwar mengungkapkan bahwa sinetron Para Pencari Tuhan merupakan sinetron yang kisah-kisahnyanya diambil dari kehidupan sehari-hari atau kejadian yang tengah hangat dibicarakan di masyarakat, ditambah bumbu dakwah yang kental. tema yang diangkat

merupakan fenomena sosial yang terjadi di masyarakat dibalut dengan syiar tetapi disajikan secara ringan

(<http://www.kapanlagi.com/h/terorisme-pun-diselipkan-di-sinetron-para-pencari-tuhan.html>).

Sinetron Para Pencari Tuhan memiliki rating tertinggi (rating 4) pada saat sahur di Bulan Ramadhan (Sinar Harapan, 29 September 2008). Meskipun Sinetron Para Pencari Tuhan tidak memiliki rating setinggi Sinetron Rahasia Illahi, tetapi sinetron tersebut adalah satu-satunya sinetron religi Indonesia yang mendapat penghargaan *Special Award for Foreign* di ajang International Drama Festival di Tokyo, Jepang, Kamis, 23 Oktober 2008 (<http://www.blogcatalog.com/blog/para-pencari-tuhan-3/4ce77123125196fb933b22654acbd284>).

Sinetron Para Pencari Tuhan dalam menampilkan tokohnya, disajikan dengan sangat manusiawi dan sangat mudah kita temui dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh adalah tokoh Bang Jack yang seorang mantan jagal. Bang Jack kini banyak menghabiskan waktunya di sebuah musholla sebagai marbot. Banyak petuah keagamaan yang disampaikan oleh Bang Jack, namun sayangnya Bang Jack sendiri kadang masih tergoda dengan duniawi. Hal tersebut dapat dilihat pada episode Bang Jack yang tidak konsentrasi ceramah gara-gara sate dan gule kambingnya habis disantap para tamu yang lain.

Apabila kita perhatikan sinetron Para Pencari Tuhan, kita melihat dua fungsi sekaligus dari sinetron tersebut. Yaitu fungsi primer sebagai media pendidikan dan fungsi sekunder sebagai sarana hiburan dan promosi. Karena televisi bersifat informatif, hiburan, pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut (Kuswandi, 1996: 8). Sangat menarik untuk diteliti, dimana pada sebuah sinetron yang bertujuan untuk memberikan pendidikan agama tetapi dikemas dengan fungsi hiburan.

II. Rumusan Masalah

Sinetron Rahasia Illahi adalah sinetron religi yang menceritakan kisah-kisah dari orang yang berperilaku buruk yang kemudian pada akhirnya mendapat azab karena perilakunya itu sendiri. Sedangkan Sinetron Para Pencari Tuhan adalah sinetron religi yang

menceritakan kehidupan masyarakat sehari-hari dengan berbagai permasalahannya dan bagaimana menyelesaikan masalahnya dan menjalankan hidup sesuai dengan syariat agama.

Tujuan dari kedua sinetron ini adalah untuk memberikan pesan-pesan dakwah kepada pemirsanya agar dapat hidup sesuai ajaran agama. Tetapi ada perbedaan dalam pengemasan dalam penyajiannya.

Pada sinetron *Rahasia Illahi*, Kisah-kisahnyanya dibuat sedramatis mungkin. Mulai dari kisah tragis kematian seorang anak yang durhaka kepada orang tuanya, suami yang mengkhianati keluarga, mertua yang dengki hingga kisah kegetiran hidup seseorang yang membangkang Tuhan. Bisa jadi penonton menyukainya seperti mereka menikmati film-film horor yang menakutkan. Salah satu bagian terpenting adalah di segmen terakhir yang menampilkan ujung perjalanan mereka yang membangkang perintah Tuhan, dari jenazah yang bernanah, jenazah yang ditolak bumi, tubuh yang mengeluarkan kelabang dan jangkrik, atau mati gosong karena tersambar petir. Rangkaian program '*me-too*' ini pada gilirannya semakin menjadikan Islam sebagai sekadar tempelan. Agar bisa merebut perhatian penonton, sinetron-sinetron pengekor itu justru menyajikan muatan yang berselera-rendah: semakin kejam, semakin menakutkan dan bahkan seks. Adegan perkosaan dan adegan ranjang yang ditampilkan untuk memperlihatkan kebobrokan hidup karakter, menjadi kelaziman. Hampir pasti banyak penulis naskahnya pun tak cukup paham soal Islam. Sutradara dan penulis cerita kawakan Ali Sahab bercerita: "Ada sinetron Islami yang menggambarkan seorang tokoh durhaka yang membongkar kuburan orangtua yang baru dimakamkan untuk memperoleh perhiasan si orangtua. Tidakkah si pembuat cerita ini tahu bahwa haram hukumnya dalam Islam melengkapi jenazah dengan perhiasan?" (<http://ade Armando.wordpress.com/2008/05/01/sholeha-mencari-rahasia-illahi/>).

Pada sinetron *Para Pencari Tuhan*, banyak dipuji karena dianggap sebagai sinetron dakwah yang tidak berkhotbah secara verbal. Tidak hitam-putih, cerdas, dan menyentuh langsung kehidupan sehari-hari. Tokoh utamanya, yang diperankan Deddy Mizwar, adalah seorang penyembelih hewan yang sekaligus menjadi penjaga masjid. Tokoh ini tidak pintar-pintar amat, dan kerap ragu sendiri ketika harus memberikan nasehat. Ada pula tokoh ustadz yang nampak lebih sibuk dengan obsesinya mencari popularitas. Ada

karakter haji kaya yang suka memberi sumbangan sekaligus mencerca orang miskin, ada cinta, ada hansip sok tahu, dan ada pengangguran beranak banyak. Sinetron Para Pencari Tuhan tidak memperlakukan Islam sebagai sesuatu yang berada ''jauh di luar sana''. Tokoh pemuka agama tidak dihadirkan sebagai manusia suci yang bisa memberikan jawaban atas segala persoalan masyarakat. Secara tetap santun, sinetron ini menabrak banyak tabu yang sebelumnya tidak berani dilanggar. Dalam satu episode, si hansip bernama Udin bertanya-tanya: ''Apa Allah tidak takut berdosa ya membiarkan umatnya miskin begini?'' (<http://adearmando.wordpress.com/2008/05/01/sholeha-mencari-rahasia-illahi/>).

Khalayak aktif dapat dilihat ketika para penonton memilih di antara dua sinetron dakwah dengan pendekatan yang berbeda. Kegemaran penonton akan sinetron siksa kubur bertahan selama hampir dua tahun. Setelah itu, mereka berpaling. Tapi satu pelajaran penting diperoleh: khalayak Indonesia pada dasarnya sebenarnya suka dengan hal-hal yang dekat dengan agama. Hanya masalahnya, bagaimana mengemasnya? Dalam konteks ini, rangkaian sinetron yang diluncurkan PT Demi Gisela Citra Sinema, milik aktor senior Deddy Mizwar menjadi tonggak penting (<http://adearmando.wordpress.com/2008/05/01/sholeha-mencari-rahasia-illahi/>).

Sangat disayangkan bagaimana Sinetron Rahasia Illahi yang bertujuan dakwah ternyata dari cara penyampaiannya yang lebih bersifat mistis terjebak dalam tindak pandangkalan terhadap ajaran agama dan memperburuk citra agama itu sendiri. Sedangkan pada Sinetron Para Pencari Tuhan yang juga bertujuan dakwah dengan fungsi utamanya memberikan pendidikan agama tetapi dikemas menurut fungsi hiburan juga merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Untuk itulah dalam penelitian ini dirumuskan bagaimana penerimaan pemirsa mengenai tayangan sinetron religi ''Rahasia Illahi'' dan ''Para Pencari Tuhan''. Adanya asumsi dari peneliti bahwa dua pendekatan yang berbeda dalam mengemas sinetron religi akan menimbulkan resepsi yang berbeda merupakan dasar yang digunakan oleh peneliti mengapa hal tersebut menarik untuk diteliti.

III. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan pemirsa mengenai tayangan Sinetron Religi Para Pencari Tuhan dan Sinetron Religi Rahasia Illahi

IV. Kerangka Penelitian Teoritik

4.1 Analisis Resepsi

Analisis resepsi berawal dari *cultural studies* yang memiliki perhatian lebih luas dari analisis resepsi. Kontribusi yang terpenting dari *cultural studies* terhadap penelitian audiens adalah *encoding/decoding model* yang dikembangkan oleh Hall. *Encoding/decoding model* berusaha untuk menteoritisi peranan ideologi pada produksi teks dalam keadaan sosial, ekonomi, dan historis tertentu. Berdasar pada *encoding/decoding model*, program-program televisi dikonstruksi sebagai teks atau percakapan “bermakna” yang distrukturisasi oleh kekuasaan (Hagen, 2000: 5).

Pada artikel “*In Search of the Audience*”, Jensen dan Rosengren membedakan antara *cultural studies* dengan analisis resepsi. Mereka juga mengakui bahwa antara *cultural studies* dan analisis resepsi seringkali tercampur. *Cultural studies* dapat dikarakterisasi sebagai sebuah tema yang umum dan memiliki poin fokus dikaitkan dengan studi kultural praktis kontemporer. Beberapa studinya adalah seperti yang dilakukan oleh Richard Hoggart dan Raymond Williams pada tahun 1950-an dan 1960-an budaya kelas bekerja adalah perhatian yang utama. Sedangkan pada tahun 1970-an, ketertarikan pada *subculture* dan wanita adalah yang utama. Pendekatan *cultural studies* melanjutkan fokusnya pada kebudayaan yang didefinisikan sebagai produksi makna, dimana ketertarikannya adalah pada proses penandaan yang dikaitkan dengan teks media massa (Wasko, 2000: 7).

Sedangkan analisis resepsi mengacu pada studi yang berfokus pada makna, produksi, dan pengalaman audiens dalam interaksinya dengan teks media. Audiens dalam menginterpretasikan teks media sesuai dengan keadaan sosial dan kebudayaan sekitarnya, serta bagaimana pengalaman secara subjektif terhadap keadaan sekitar tersebut. Pada analisis resepsi, peneliti mempelajari audiens yang beragam terhadap teks media yang sama. Perhatiannya tidak ditujukan pemaknaan secara individual, tetapi mengenai makna sosial dimana makna tersebut diinterpretasikan oleh masyarakat. Pada umumnya, tujuan dari analisis resepsi yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk menemukan bagaimana orang-orang dalam konteks sosial dan historis mereka dapat mengerti semua jenis teks media, yaitu mengenai pemaknaan, kesesuaian, dan kedekatannya terhadap mereka (Downing, 1990: 161).

Media massa menawarkan berbagai macam material media yang ditujukan kepada audiens dengan maksud dan tujuan tertentu, yaitu audiens sebagai konsumen atau sebagai pasar yang berpotensi. Audiens mengkonstruksi makna yang ditawarkan oleh media, yang secara umum disebut dengan “teks” pada saat audiens menerima pesan. Saat menerima pesan bagi audiens, yaitu ketika audiens tersebut membaca, menonton, mendengarkan, atau apapun itu. Pada saat penerimaan pesan tersebut, audiens juga dapat dilihat sebagai produser dari makna (*producer of meaning*) dan tidak hanya sebagai konsumen dari isi media.

Analisis resepsi memiliki dua asumsi dasar berhubungan dengan asumsi dari teks. Fokus dalam analisis resepsi pada *text-reader relationship* menuntun perhatian kita terhadap makna yang berpotensi pada teks. Kedua asumsi tersebut adalah teks yang diasumsikan untuk menjadi polisemik, yang memiliki banyak kemungkinan makna dan medium yang dipelajari pada studi resepsi seringkali adalah televisi. Kemudian asumsi yang kedua dan yang utama dalam analisis resepsi adalah makna dari program-program yang dimiliki oleh para pemirsa yang muncul pada interaksi program/audiens. Jensen dan Rosengren (1990) menyebutkan hal ini memiliki arti bahwa analisis resepsi seringkali mengkombinasikan ketertarikan empiris pada audiens sebagai produser makna dengan analisa dari isi media. Oleh karena itu, analisis resepsi dapat mengacu pada *audience-cum-content analysis* (Hagen, 2000:19). Data audiens dan isi media secara normal dianalisa melalui makna kualitatif lalu dibandingkan. Dengan kata lain analisis resepsi dapat dikatakan untuk melakukan sebuah perbandingan pemaknaan dari percakapan media dan percakapan audiens dengan maksud untuk memahami proses dari resepsi. Pada penelitian ini, peneliti hanya akan menganalisis ketertarikan empiris pada audiens sebagai produser makna, sehingga tidak dikombinasikan dengan analisa dari isi media.

4.2 Uses and Gratification

Satu dari teori yang paling populer pada komunikasi massa adalah pendekatan *uses and gratifications*. Pendekatan *uses and gratifications* membayangkan anggota audiens untuk menjadi pengguna media yang berbeda-beda. Dibandingkan dengan studi efek klasik, pendekatan *uses and gratifications* lebih berfokus pada konsumen media daripada pesan media itu sendiri pada titik awalnya. *Uses and gratifications* melakukan eksplorasi pada

konsumen media dalam tingkah laku komunikasinya pada situasi pengalamannya secara langsung dengan media. Hal tersebut lebih memperlihatkan anggota dari audiens secara aktif menggunakan isi media daripada secara pasif bertindak karena pengaruh media. Oleh karena itu, hal tersebut tidak berasumsi adanya hubungan langsung antara pesan dengan efek. Dari hal tersebut audiens diasumsikan menjadi aktif dan memiliki arah tujuan. Audiens bertanggungjawab dalam hal memilih media untuk mempertemukannya dengan kebutuhan mereka sendiri. Dalam pandangan ini, media dianggap menjadi satu-satunya faktor yang memiliki kontribusi pada bagaimana kebutuhan dapat ditemukan dan audiens diasumsikan mengetahui kebutuhan mereka dan bagaimana cara memenuhinya (Littlejohn, 2008: 301).

Studi *uses and gratifications* memiliki kecenderungan yang lemah untuk menghubungkan antara berita dengan fiksi. Berita dipandang sebagai sebuah realitas yang nyata dan melaporkan mengenai sebuah kejadian atau peristiwa yang ada di dunia oleh para audiensnya. Sedangkan fiksi dilihat oleh audiens merupakan jenis yang bermacam-macam dengan bagaimana cara menemukan makna di dalamnya, serta tipe kepuasan dan pengetahuan yang diharapkan (Wasko, 2000: 197).

Satu dari buku komunikasi massa, *The Process and Effects of Mass Communication*, memberikan konseptualisasi audiens aktif sekarang ini. Penulisnya, Wilbur Schramm menanyakan, "apa yang menentukan sesuatu yang ditawarkan oleh komunikasi massa, dipilih oleh individu?". Jawaban dari pertanyaan tersebut dia sebut dengan pecahan dari pemilihan (*fraction of selection*), hal tersebut akan terlihat seperti berikut:

Harapan akan penghargaan (*expectation of reward*)

Usaha yang dibutuhkan (*effort required*)

Intinya adalah seseorang akan mempertimbangkan tingkat dari penghargaan (*gratification*) yang mereka harapkan dari pesan yang diberikan melalui media komunikasi massa, bertentangan dengan seberapa banyak usaha yang mereka lakukan untuk dapat memperoleh penghargaan tersebut. Sebagai contoh, akan lebih mudah untuk menonton berita pada jaringan televisi daripada melalui *online*. Berita pada televisi disajikan secara atraktif dan dramatis. Gambar yang ditampilkan biasanya menarik perhatian dan narasi serta laporan dari pembawa berita tegas dan mengena. Tetapi seseorang dapat memilih internet sebagai pengganti televisi untuk mendapatkan berita

karena *reward* atau penghargaan yang diharapkan melalui berita *online* (lebih rinci, lebih mendalam, melalui pendekatan yang lebih beragam, laporan yang lebih memuaskan, dan memiliki alternatif sudut pandang). Tetapi untuk mendapatkan harapan seperti itu kita membutuhkan usaha tambahan seperti *logging on* komputer, menanti *server* menghubungkan kita dengan mesin pencarian (*search engine*), mengidentifikasi situs yang diminati, memilih laporan yang lebih spesifik, membaca laporan-laporan tersebut, mencari alternatif lain, dan mengakses hal-hal lain yang berhubungan. Oleh karena itu dari contoh tersebut Wilbur Schramm memiliki argumen bahwa kita semua memiliki keputusan mengenai isi yang kita pilih berdasarkan harapan yang ingin kita capai ditemukan dengan kebutuhan kita (Baran, 2000: 248).

Mark Levy dan Sven Windahl menyebutkan seperti yang biasa dipahami oleh para peneliti *gratifications*, istilah “aktifitas audiens” memerlukan kesukarelaan dan orientasi selektif oleh audiens melalui proses komunikasi. Ringkasnya menyarankan bahwa penggunaan media dimotivasi oleh kebutuhan dan tujuan yang didefinisikan oleh audiens itu sendiri, dan partisipasi aktif dalam proses komunikasi dapat memudahkan, terbatas, atau dengan kata lain mempengaruhi kepuasan dan efek-efek yang terhubung dengan jelas. Pemikiran sekarang juga menyarankan bahwa aktifitas audiens adalah konsep yang paling baik sebagai *variable construct*, dengan audiens menunjukkan berbagai macam jenis dan tingkat aktifitas (Baran, 2000:256).

Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) menguraikan lima elemen, asumsi dasar dari *uses and gratifications model*, yaitu:

1. Audiens adalah aktif dan penggunaan media adalah orientasi tujuannya.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan kepuasan dengan pilihan media yang spesifik.
3. Media bersaing dengan sumber lainnya untuk pemenuhan kebutuhan akan kepuasan.
4. Orang-orang cukup menyadari penggunaan media mereka, ketertarikan atau *interests* mereka, dan motif mereka untuk dapat menyediakan para peneliti dengan gambar yang akurat dari penggunaan tersebut.
5. Pertimbangan nilai dari audiens menghubungkan dengan kebutuhannya kepada media tertentu atau isi tertentu yang seharusnya disingkirkan.

V. Simpulan

Penelitian ini merupakan hasil analisis resepsi dari *in-depth interview* dengan enam narasumber. Para narasumber merupakan pemirsa tayangan sinetron religi Rahasia Illahi dan Para Pencari Tuhan berasal dari tingkat pendidikan dan jenis kelamin yang berbeda. *In-depth interview* dilakukan secara informal dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat terbuka.

1. Kedua sinetron religi, yaitu sinetron Rahasia Illahi dan Para Pencari Tuhan diresepsi oleh keenam narasumber sebagai sebuah sinetron yang memiliki tujuan untuk menyampaikan ajaran agama dengan cara mengangkat nilai-nilai agama dan mendasarkan isi tayangannya pada kitab suci suatu agama tertentu, dalam hal ini adalah Agama Islam. Meskipun sebagian dari narasumber juga memiliki penerimaan bahwa sinetron religi tidak hanya berdasar pada Agama Islam saja tetapi juga pada agama-agama lainnya.
2. Sebagian besar narasumber memiliki resepsi bahwa *image* Islam yang diangkat pada sinetron Rahasia Illahi adalah mistis dan menyeramkan, sedangkan pada sinetron Para Pencari Tuhan dikatakan lebih dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari.
3. Para narasumber dalam pengalamannya berinteraksi dengan teks mengatakan ketidaktertarikannya menonton Rahasia Illahi karena kemasannya yang mistis dan menyeramkan. Mereka lebih memilih menonton sinetron Para Pencari Tuhan karena kemasannya lebih realistis dan menghibur. Tetapi para narasumber berpendapat, bahwa walaupun dengan kemasan Sinetron Rahasia Illahi adalah mistis, tetapi di dalamnya terdapat unsur edukasi yang mengajarkan mengenai ajaran-ajaran Agama Islam. Hal serupa juga dikatakan pada sinetron Para Pencari Tuhan, yaitu walaupun dengan kemasan yang lebih ringan dan santai, pada sinetron Para Pencari Tuhan terdapat unsur edukasi di dalamnya karena juga mengajarkan tentang ajaran-ajaran Agama Islam.
4. Dalam proses konsumsi dan proses produksi makna yang dilakukan oleh para narasumber, ternyata tingkat pendidikan dan jenis kelamin yang berbeda-beda memiliki tipe penerimaan yang sama terhadap teks sinetron Rahasia Illahi dan Para Pencari Tuhan.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

Baran, Stanley J. & Dennis K. Davis. (2000). *Mass Communication Theory*. Belmont: Wadsworth

Bungin, Burhan. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Downing, John, Ali Mohammadi, Annabelle Sreberny-Mohammadi. (1990). *Questioning The Media: A Critical Introduction*. California: SAGE Publication.

Effendy, Heru. (2008). *Industri Pertelevisian Indonesia*. Jakarta: Erlangga

Gamble, Teri Kwal & Michael Gamble. (2005). *Communication Works*. New York: McGraw-Hill

Hagen, Ingunn & Janet Wasko. (2000). *Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research*. New Jersey: Hampton Press, Inc

Iqbal, Dhani TM & Erica L. Panjaitan. (2006). *Matinya Rating Televisi Ilusi Sebuah Netralitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Jr, James W Tankard & Werner J. Severin. (2005). *Teori Komunikasi: sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa*. Jakarta: Kencana

Krippendorff, Klaus. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. California: Sage Publications

Kuswandi, Wawan. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Labib, M. (2002). *Potret Sinetron Indonesia: Antara Realitas Virtual dan Realitas Sosial (The Reflection of Indonesian Melodrama Series: Between Virtual Reality and Social Reality)*. Jakarta: PT. Mandar Utama Tiga Books Division

Littlejohn, Stephen W. (1999). *Theories of Human Communication, 6th Edition*. Belmont CA: Wadsworth Publishing Company.

Littlejohn, Stephen W. (2008). *Theories of Human Communication*. California: Thomson Wadsworth

L. Rivers, William. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana

Miller, Katherine. (2005). *Communication Theories Perspectives, Processes, and Contexts*. New York: McGraw-Hill

Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Moss, Sylvia & Stewart L. Tubbs. (2005). *Human Communication konteks-konteks komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

McQuail, Denis. (1991). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga

McQuail, Denis. (1996). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga

O' Keefe, D. J. (1990). *Persuasion: Theory and Research*. California: Sage

Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS

Rivers, William L & Jay W. Jensen. (2003). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana

Strauss, A.L. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Sunarto. (2009). *Televisi, Kekerasan, & Perempuan*. Jakarta: KOMPAS

Wright, C. R. (1985). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: CV. Penerbit Remadja Karya

Referensi Koran, tabloid, dan majalah

Pitakasari, A. R dan Khudori, Alfian (2005, Juni 13). Televisi. *Gatra*

Referensi Internet

Anonim. (2009). Terorisme pun Diselipkan di Sinetron Para Pencari Tuhan. <http://www.kapanlagi.com/h/terorisme-pun-diselipkan-di-sinetron-para-pencari-tuhan.html>. Download: 12 Desember 2009

Anonim. *Television Program*. http://en.wikipedia.org/wiki/Television_program#Scripted_entertainment. Download: 5 September 2010

Undang-undang nomor 40 tahun 1999. (1999). http://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Republik_Indonesia_Nomor_40_Tahun_1999. Download: 10 November 2010

Rewel, Bebek. *Religious TV Series*. (2006). <http://www.bebekrewel.com/religious-tv-series/>. Download: 10 November 2010

Astuti, Santi Indra & Rita Gani. (2007). Kekerasan dan Mistik dalam Sinetron Religius Indonesia. <http://balitbang.depkominfo.go.id/addfile/jurnal/Jurnal%20profesi/Jurnal%20No%2050/Buku%20Jurnal%2050,oce/JURNAL%2050%20santi%20indra%20astuti,ok.doc>. Download: 5 September 2010

Broto, Anjrah Lelono. (2010). Ramadhan dalam Sinetron. <http://hiburan.kompasiana.com/group/televisi/2010/08/29/ramadhan-dalam-sinetron/>. Download: 5 September 2010

Linnggar. (2009). Sinetron Para Pencari Tuhan Mendapat Penghargaan Internasional. <http://www.blogcatalog.com/blog/para-pencari-tuhan-3/4ce77123125196fb933b22654acbd284>. Download: 10 desember 2009

Fahmi. (2007). Para Pemain Sinetron Para Pencari Tuhan. <http://mfahmia2705.blogspot.com/2007/09/para-pemain-sinetron-para-pencari-tuhan.html>. Download: 10 Desember 2009

Ghazali, A. M. (2005). Sinetron Religius. <http://islamlib.com/id/artikel/sinetron-religius/>. Download: 11 Desember 2009

Irwansyah, Ade. (2010). Acara TV Apa Paling Banyak Ditonton saat Sahur dan Buka Puasa. <http://www.tabloidbintang.com/televisi/ulasan-acara/5336-acara-tv-apa-paling-banyak-ditonton-saat-sahur-dan-buka-puasa.html>. Download: 5 September 2010

Jonru. 2005. Sinetron yang Katanya Islami. <http://jonru.multiply.com/journal/item/105>.
Download: 10 Desember 2009

Listyanti, Agita Sukma. 2010. Eksploitasi Simbol Agama dan Sarkasme Warnai Tayangan Ramadhan. <http://kelanakota.suarasurabaya.net/?id=19bdb3ae5e975600156cf7f0c960609201082028>. Download: 10 September 2010

Mahfuds, Moh. Hanifudin. (2007). Sinetron Religius Perselingkuhan Agama. <http://hanifuin.blogspot.com/2007/03/sinetron-riligijs-perselingkuhan-agama.html>. Download: 10 November 2010

Santosa, Teguh. (2006). Dakwah Harus Menebar Kedamaian. <http://teguhtimur.com/2006/03/17/dakwah-harus-menebar-kedamaian/>.
Download: 10 Desember 2009

Subijanto, Rianne. (2009). www.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/viewPDFInterstitial/n11_subijanto.
Download: 5 September 2010

Sudarsono, Amin. (2009). <http://communicareinstitute.com/?p=27>. Download: 14 Juli 2010

Taufik, M. (2009). Film Religi Rusak Citra Islam. http://www.beritajatim.com/detailnews.php/2/Gaya_Hidup/2009-05-30/35857/Film_Religi_Rusak_Citra_Islam. Download: 10 Desember 2009

ABSTRAK

Nama : Brahmantyo Yogisworo

NIM : D2C005142

Judul : Penerimaan Pemirsa Mengenai Tayangan Sinetron Religi Rahasia Illahi dan Para Pencari Tuhan

Penelitian ini membahas tentang penerimaan pemirsa mengenai tayangan sinetron religi Rahasia Illahi dan Para Pencari Tuhan. Sinetron religi adalah sebuah tayangan sinetron yang memiliki tujuan untuk mengajarkan suatu ajaran agama pada para penontonnya. Dalam penayangannya, sinetron religi di Indonesia dikemas menjadi dua jenis, yaitu dikemas secara mistis dan komedi. Resepsi terhadap kedua sinetron dengan tujuan yang sama dikemas secara berbeda merupakan suatu hal yang diteliti dalam penelitian ini.

Penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi untuk meneliti bagaimana penerimaan pemirsa mengenai tayangan sinetron religi Rahasia Illahi dan Para Pencari Tuhan. Analisis resepsi dipilih karena memiliki cara pandang khusus tentang audiens atau dalam hal ini adalah pemirsa Rahasia Illahi dan Para Pencari Tuhan, dimana pemirsa dipandang bukan hanya sebagai konsumen dari isi media tetapi juga sebagai *producer of meaning*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan narasumber tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin, latar belakang sosial serta tingkat pendidikan mereka. Mereka menerima sinetron religi Rahasia Illahi sebagai sebuah tayangan yang menyeramkan sekaligus mengandung unsur dakwah di dalamnya, yaitu dikarenakan seringkali menampilkan visualisasi yang terkait dengan azab di alam kubur atau segala hal yang berkaitan dengan kematian. Sementara itu para narasumber menerima sinetron religi Para Pencari Tuhan sebagai sebuah tayangan yang menghibur sekaligus mengandung unsur dakwah di dalamnya, yaitu dikarenakan pada sinetron tersebut bahasa yang digunakan adalah bahasa yang ringan, santai, dan mudah dicerna serta seringkali menampilkan adegan yang lucu dan menghibur para pemirsanya.

Keywords: Sinetron religi; Analisis resepsi; Sinetron Mistis; Sinetron Komedi

ABSTRACT

Title : Audience Reception of Rahasia Illahi and Para Pencari Tuhan Religion Electronic Cinema

This research discusses the audience reception of Rahasia Illahi and Para Pencari Tuhan religion electronic cinema. Religion electronic cinema is an electronic cinema which has a purpose to teach a religious teaching in the audience. In the broadcast, Indonesia's religion electronic cinema is packed into two types, that is mystical and comedy packaged. The reception both of electronic cinemas with the same goal and packaged differently is a matter that investigated in this study.

The author uses qualitative methods with reception analysis approach to investigate how the audience reception of Rahasia Illahi and Para Pencari Tuhan Religion electronic cinema. Reception analysis was selected because it has special perspective about the audience. In this research, the audience is audience of Rahasia Illahi and Para Pencari Tuhan religion electronic cinema, where the audience viewed not only as consumers of media content but also as a producer of meaning.

The results of this research shows that the reception of participants are not affected by gender, social background, and level of their education. Rahasia Illahi was received as a creepy show, at the same time there is an element of religion teaching inside. It is because often associated with the grave's punishment and any matters relating to the death visualization. Meanwhile, the participants received Para Pencari Tuhan religion electronic cinema as an entertain as well as an element of religion teaching in it. It is because the language used is an easy, relaxed and often contains a humorous and entertaining scenes to its viewers.

Keywords: Religion Electronic Cinema; Reception Analysis; Mystical Electronic Cinema; Comedy Electronic Cinema